

PENGARUH CSR BERDASAR ISO 26000 TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN KARAKTERISTIK PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MODERATING

Sri Wahjuni Latifah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang

E-mail: yuni.latifah14@gmail.com

Abstract

Research of the influence of ISO 26000 CSR toward the company's value as a moderating variable which is done on companies listed in Indonesia Stock Exchange. The Company's characteristics are measured by firm age, size, leverage and profitability. The data analysis was done by using double linear regression models, the first is to see the effect based on the ISO 26000 CSR and firm characteristics on value, and the second is to see the effect of interaction with the ISO 26000 corporate characteristics. The results of the study showed that there was no influence of ISO 26000, the characteristics of the company toward the value of the company. However, moderated ISO 26000 by firm characteristics affect the value of the company.

Keywords: CSR, ISO 26000, characteristics of the firm, Corporate Value

Abstrak

Penelitian tentang pengaruh CSR berdasar ISO 26000 terhadap nilai perusahaan dengan karakteristik perusahaan sebagai variable moderating ini dilakukan pada perusahaan yang listing di Bursa Efek Indonesia. Karakteristik perusahaan diukur dengan umur perusahaan, ukuran perusahaan, leverage dan tingkat profitabilitas. Metode analisis data dilakukan dengan model regresi linear berganda dengan dua model, yang pertama adalah melihat pengaruh CSR berdasar ISO 26000 dan karakteristik perusahaan terhadap nilai perusahaan, dan model regresi kedua melihat pengaruh interaksi ISO 26000 dengan karakteristik perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh antara ISO 26000, karakteristik perusahaan terhadap nilai perusahaan. Namun ISO 26000 yang dimoderasi oleh karakteristik perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci: CSR, ISO 26000, karakteristik perusahaan, Nilai Perusahaan

Di Indonesia, isu mengenai tanggung jawab sosial perusahaan atau Corporate Sosial Responsibility (CSR) mulai mengemuka delapan tahun belakangan ini. Umumnya kalangan pengusaha menterjemahkan konsep CSR sebagai bentuk berbagai aktivitas kepada masyarakat sekitar atau sebagai bagian keder-mawanan sosial.

Sedangkan menurut perkembangannya CSR telah menjadi ISO 26000 dan telah disepakati oleh Working Group on Sosial Responsibility di Bangkok tahun 2005. ISO 26000 merupakan pedoman yang bersifat voluntary atau sukarela untuk perusahaan, pemerintah atau LSM dalam melaksanakan tanggungjawab sosialnya. Komponen ISO

26000 terdiri dari enam komponen yaitu: human right, labour practice, the environment, fair operating practices, consumer issues, community involvement and development.

Penelitian tentang ISO 26000 masih jarang dilakukan. Tetapi isu CSR dengan nilai perusahaan telah banyak dilakukan meskipun hasilnya tidak konsisten. Yuniarti (2003) meneliti tentang pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan yang listing di BEJ menemukan bahwa nilai perusahaan dipengaruhi oleh tingkat pengungkapan, ukuran perusahaan. Meskipun pengaruh faktor tersebut sangat rendah. Zuhroh dan Putu (2003) menyatakan bahwa pengungkapan pertanggungjawaban sosial dalam laporan keuangan terbukti berpengaruh terhadap volume perdagangan saham bagi perusahaan yang dikategorikan high profile.

Isu berikutnya adalah bahwa karakteristik perusahaan mempengaruhi nilai perusahaan. Lang and Lundhom (1993) dan Wallace (1990) membagi karakteristik perusahaan menjadi tiga yaitu: variable struktur, variable kinerja dan variable pasar. Salah satu indikator penting dalam variable kinerja, dapat diproksikan ke dalam: kepemilikan manajemen, tingkat leverage, size (ukuran perusahaan) dan profitabilitas (Rosmasita, 2007).

Adanya hasil penelitian yang belum konsisten antara CSR dengan nilai perusahaan tersebut, memerlukan isu-isu penelitian baru tentang konsep terbaik untuk memprediksi nilai perusahaan yang tepat. Nilai perusahaan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah nilai pasar. Samuel (2000), menjelaskan bahwa *Enterprise Value* (EV) atau dikenal *firm value* (nilai Perusahaan) adalah konsep penting bagi investor karena merupakan indikator bagi pasar dalam menilai perusahaan secara keseluruhan. Sedangkan Wahyudi (2005), mengatakan bahwa nilai per-

usahaan adalah harga yang bersedia dibeli oleh calon pembeli jika perusahaan tersebut dijual.

Farid & Latifah (2010) melakukan penelitian tentang Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Kinerja Sosial yang di ukur dengan ISO 26000, ditemukan bahwa umur perusahaan, tipe perusahaan dan profitabilitas perusahaan berpengaruh terhadap kinerja sosial.

Penelitian tentang pengaruh karakteristik perusahaan yang diukur dengan leverage terhadap nilai perusahaan yang telah menerapkan ISO 26000, telah dilakukan oleh Junaidi & Latifah (2010). Ditemukan bahwa dari perusahaan sampel yang sahamnya termasuk dalam indeks LQ 45, maka dapat dikatakan bahwa nilai perusahaan tersebut adalah tinggi, meskipun ditemukan bahwa leverage berpengaruh tidak signifikan pada nilai perusahaan.

Penelitian tentang pengungkapan tanggung jawab sosial dengan kinerja perusahaan telah dilakukan oleh beberapa peneliti akan tetapi hasilnya tidak konsisten. Sebagai contoh Cowen, Ferreri dan Parker (1987), Bekoui dan Karpik (1989), dan Hakeston dan Milne (1996) menemukan bahwa tidak ada hubungan antara pengungkapan tanggungjawab sosial dengan kinerja keuangan. Hasil penelitian di Jepang oleh Suda dan Kokubu (1994) dan Park (1999) juga tidak menemukan hubungan yang signifikan.

Di sisi lain Freedman dan Jaggi (1988) menemukan suatu hubungan positif antara pengungkapan tanggungjawab sosial dengan kinerja keuangan. Robert (1992) menemukan bahwa pengungkapan tanggungjawab sosial oleh perusahaan di Amerika dipengaruhi secara positif oleh nilai perusahaan (*return on Equity*). Demikian juga Cormier dan Magnan (1990) menemukan hubungan po-

sitif antara nilai perusahaan yang diukur dengan return on total asset dengan pengungkapan lingkungan.

Penelitian tentang ISO 26000 masih jarang dilakukan. Tetapi isu CSR dengan nilai perusahaan telah banyak dilakukan meskipun hasilnya tidak konsisten. Yuniarti (2003) meneliti tentang pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan yang listing di BEJ menemukan bahwa nilai perusahaan dipengaruhi oleh tingkat pengungkapan, ukuran perusahaan. Meskipun pengaruh factor tersebut sangat rendah. Zuhroh dan Putu (2003) menyatakan bahwa pengungkapan pertanggungjawaban sosial dalam laporan keuangan terbukti berpengaruh terhadap volume perdagangan saham bagi perusahaan yang dikategorikan *high profile*.

Berdasarkan uraian di atas, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut: 1) Untuk mengetahui apakah CSR berdasar ISO 26000 mempengaruhi nilai perusahaan; 2) Untuk mengetahui apakah karakteristik perusahaan berpengaruh terhadap hubungan antara CSR berdasar ISO 26000 dengan nilai perusahaan.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang akan digunakan untuk menjawab hipotesis penelitian sebagai berikut:

- H1: Pengungkapan ISO 26000 berpengaruh positif terhadap Nilai perusahaan
H2: Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan
H3: Umur perusahaan (age) berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
H4: Profitabilitas meningkatkan nilai perusahaan.
H5: Leverage berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Populasi penelitian ini adalah perusahaan yang sahamnya termasuk Indeks LQ 45 atau saham yang *bluechip* sampai dengan Desember 2009. Sedangkan sampel penelitian ditentukan dengan *purposive sampling* dengan kriteria sampel adalah sebagai berikut: Perusahaan yang konsisten sahamnya selalu aktif diperdagangkan dan masuk di pasar modal Indonesia dan perusahaan tersebut melaporkan laporan keuangan auditan periode 2008 sampai 2010.

Variabel Independen (X1): CSR berdasar ISO 26000. Variabel ini diukur dengan indeks pengungkapan berdasarkan tujuh komponen ISO 26000 dengan 34 item dengan pengukuran dummy. Variabel Moderating (X2): Karakteristik Perusahaan, variabel ini terdiri dari size, umur, profitabilitas, dan leverage. Variabel dependen (Y): Nilai Perusahaan. Nilai perusahaan berbasis pasar ini diukur dengan Tobin's Q. Analisis Data dilakukan dengan dua tahap.

Model I (Nilai perusahaan tanpa mempertimbangkan karakteristik perusahaan)

$$Y = a + bx_1 + bx_2 + bx_3 + bx_4 + bx_5 + e$$

Di mana:

Y adalah Nilai Perusahaan

X₁ : ISO 26000

X₂ : Size (digunakan Log Natural

X₃ : Age

X₄ : profitabilitas

X₅ : leverage

Model II (nilai perusahaan dengan mempertimbangkan karakteristik perusahaan)

$$Y = a + bX_1 + bX_2 + bX_3 + bX_4 + bX_5 + bX_1 \cdot X_2 + bX_1 \cdot X_3 + bX_1 \cdot X_4 + bX_1 \cdot X_5 + e$$

Di mana:

Y adalah Nilai Perusahaan

X₁ : ISO 26000

X₂ : Size (digunakan Log Natural)

X₃ : Age

X_4 : profitabilitas
 X_5 : leverage
 $X_1.X_2$
 $X_1.X_3$
 $X_1.X_4$
 $X_1.X_5$ } Pemoderasi

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Praktik CSR perusahaan berdasar ISO 26000, Karakteritik perusahaan dan Nilai Perusahaan dapat diamati bahwa secara umum perusahaan di Indonesia telah melaksanakan tanggung jawab lingkungan sesuai dengan ISO 26000 dengan nilai tinggi yaitu rata-rata sebesar 0.6683 (66,83%).

Variabel nilai perusahaan go publik yang menjadi sampel penelitian ini diukur dengan nilai perusahaan berbasis pasar Tobin's Q Dari analisis statistik di atas maka dapat dikatakan bahwa nilai perusahaan rata-rata sebesar 2,19 atau sebesar 219%,. Nilai perusahaan sebesar tersebut dapat dikatakan baik karena investor memandang bahwa jika berinvestasi pada perusahaan tersebut akan menghasilkan return yang lebih tinggi dibanding berinvestasi pada depositi yang tingkat bunga deposito rata-rata sebesar 6,97% (Damon: 8%, BNI 6,5%, BRI 7%, Mandiri

6,4%), Nilai perusahaan berdasarkan tabel di atas menunjukkan nilai maksimum pada angka 11,77 yaitu PT Unilever Indonesia Tbk.Sedangkan nilai minimum sebesar 0,40 yaitu PT International Nikel Indonesia Tbk.

Dalam perhitungan *Kolmogorov Smirnov* terlihat bahwa data terdistribusi normal dikarenakan nilai signifikansi tiap variabel melebihi tingkat probabilitasnya 5%.

Berdasarkan hasil pengujian dengan program SPSS pada tabel di bawah maka dapat diketahui bahwa koefisien determinan dari regresi 2 menunjukkan angka 49.30%. Artinya Nilai perusahaan yang diukur dengan nilai market berdasar model Tobin's Q dapat dijelaskan variasinya oleh variabel kegiatan CSR perusahaan sesuai dengan ketentuan ISO 26000, Umur perusahaan, ukuran perusahaan, profitabilitas perusahaan, tingkat leverage perusahaan, interaksi variabel ISO dengan size, interaksi ISO dengan Age, interaksi ISO dengan profitabilitas, dan interaksi ISO dengan leverage sebesar 49,30%, dan sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Berdasar hasil uji F dapat dilihat bahwa tingkat signifikansinya sebesar 0.019. (0.19%). Sehingga dapat dikatakan bahwa ISO 26000 yang dimoderasi oleh karakteritik per-

Tabel 1. Hasil analisis ANOVA^b Regresi 1

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	Regression	40.239	5	8.048	2.249	.075 ^a
1	Residual	107.333	30	3.578		
	Total	147.573	35			

Tabel 2. Hasil ANOVA^b Regresi 2

	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
	Regression	72.763	9	8.085	2.810	.019 ^a
1	Residual	74.810	26	2.877		
	Total	147.573	35			

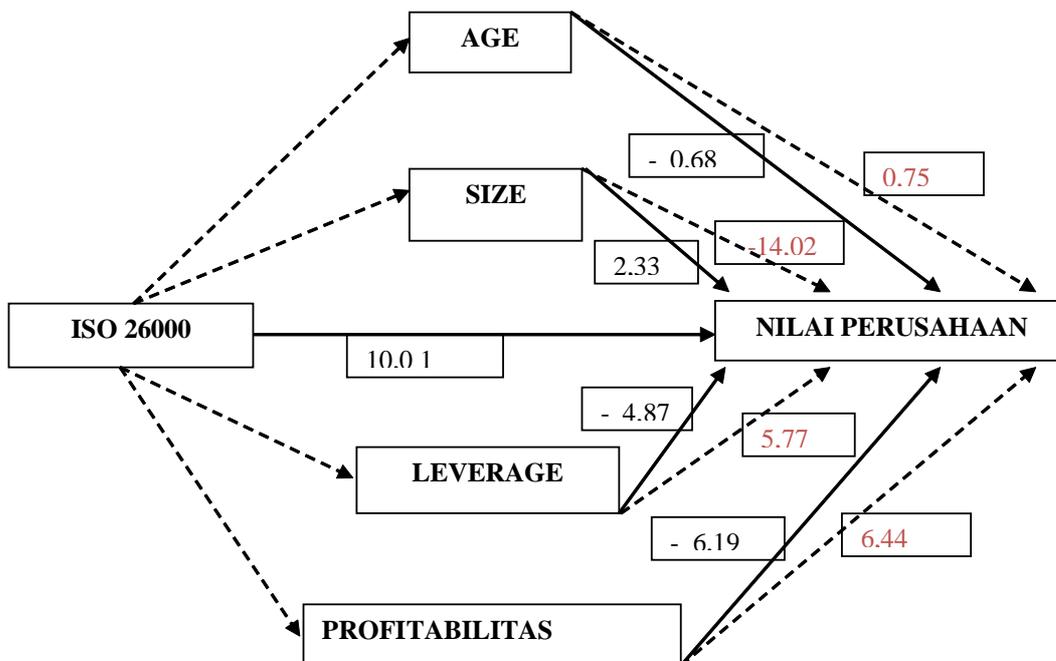
usaha adalah berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan jika diamati lebih jauh pada hasil uji parsialnya, maka dapat dikatakan bahwa: tingkat profitabilitas, tingkat leverage, interaksi ISO dengan Size, interaksi ISO dengan profitabilitas, interaksi ISO dengan leverage adalah variabel yang berpengaruh secara signifikan pada nilai perusahaan. Sedangkan umur perusahaan tidak mempengaruhi nilai perusahaan baik sebagai variabel independen maupun sebagai variabel pemoderasi. Gambar 1 menunjukkan pengaruh ISO 26000 dengan Nilai Perusahaan melalui Umur perusahaan, ukuran perusahaan, leverage dan profitabilitas perusahaan.

Berdasarkan gambar 1, maka dapat dikatakan bahwa: besar pengaruh langsung antara karakteristik perusahaan dengan nilai perusahaan masing-masing adalah berturut-turut sebagai berikut: tingkat profitabilitas

adalah - 6,19, tingkat leverage adalah - 4,87, pengaruh interaksi ISO dengan Size sebesar -14,02, pengaruh interaksi ISO dengan profitabilitas sebesar 6,44, dan pengaruh interaksi ISO dengan leverage sebesar 5,77. Variabel tersebut adalah variabel yang berpengaruh secara signifikan pada nilai perusahaan.

Penutup

Berdasarkan hasil pengujian dan analisis data tersebut di atas dapat dikatakan bahwa semua variabel independen yang terdiri dari ISO 26000, umur perusahaan (age), ukuran perusahaan (size), profitabilitas dan leverage tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada tingkat alpha 5%. Namun variabel ISO 26000 yang dimoderasi oleh umur perusahaan, ukuran perusahaan, profitabilitas dan leverage berpengaruh signifikan pada nilai perusahaan.



Gambar 1. Hubungan ISO 26000, karakteristik perusahaan dan Nilai Perusahaan

DAFTAR PUSTAKA

- Almilia, Luciana & Wijayanto, Dwi. 2007. Pengaruh Environmental Performance dan Environmental Disclosure Terhadap Economic Performance, FEUI, The 1st.
- Balabanis, George, Philips, Hugh C., Lyall, Jonathan. 1988. Corporate Sosial Responsibility & Economic Performance in the Top British Companies: Are They Linked. *European Business Review*, Vol. 98 no.1 pp 25-44.
- Cormier and magnan, M. 1999. Corporate Environmental Disclosure Strategies: Determinants, Costs and Benefit. *Journal of Accounting, Auditing and Finance*, Vol. 14 no. 4 pp. 429 – 451.
- Cowen S.S., Ferreeri, L.B. and parker, L.D. 1987. The Impact of Corporate Charactersistic On Sosial Responsibility Disclosure: A Typolofy and Frequency-Based Analysis. *Accounting, Organizations and Society*, Vol. 12 No.2. pp. 111- 122
- Cormier and ma.gnan, M. 1999. Corporate Environmental Disclosure Strategies: Determinants, Costs and Benefit. *Journal of Accounting, Auditing and Finance*, Vol. 14 no. 4 pp. 429 – 451.
- Dahlia & Siregar. 2008. *Pengaruh CSR terhadap kinerja Perusahaan (Studi Pada perusahaan di BEI pada tahun 2005 dan 2006)*. SNA XI. Pontianak.
- Darwin. 2006. Akuntabilitas, Kebutuhan, Pelaporan dan Pengungkapan CSR bagi Perusahaan di Indonesia. *Economics Business Accounting Review*, edisi III hal 83-95.
- Hackston, D and Milne, M.,J. 1996. Some Determinants of Sosial and environmental Disclosuresin New Zealand Companies. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol. 9 No.1 pp.77 –108.
- Hartanti, Dwi. 2006. Makna Corporate Sosial Responsibility: Sejarah dan Perkembangannya. *Economics Bussiness & Accounting Review*, Edisi III/September-Desember.
- Kuswanto, Yeni, dan Latifah. 2009. *Corporate Sosial Disclosure dengan Kinerja yang diukur dengan Economic Value Added pada Perusahaan Pertambangan yang listing di BEI*. Skripsi. UMM.
- Latifah, Sri Wahjuni. 1999. *Persepsi Investor Terhadap Disclosure Tanggung Jawab Sosial dalam Pengambilan Keputusan Investasi*. Thesis UMM.
- Nurlela & Islahudin. 2008. *Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel moderating (studi pada perusahaan di BEI)*. SNA XI. Pontianak.
- Rosmasita. 2007. *Pengungkapan Sosial (Sosial Disclosure) dalam Laporan Keuangan Tahunan Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Jakarta*. Skripsi. UII.
- Sayekti, Yosefa dan Wondabio, Ludovicus Sensi. 2007. *Pengaruh CSR Disclosure Terhadap Earning Response Coefficient*. SNA X. Makassar.
- Yuningsih. 2004. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Praktek Pengungkapan Tanggung Jawab sosial

dan Lingkungan Perusahaan Publik.
Jurnal Akuntansi-Balance. Univ.
Muhammadiyah Malang.

Zubaidah. 2003. Pengaruh Biaya Sosial terhadap Kinerja Keuangan perusahaan Semen Yang Listing di BEJ.
Jurnal Akuntansi-Balance. FE- Ak UMM.

Zuhroh, Diana dan I Putu Pande Heri. 2003.
Analisis Pengaruh Luas Pengungkapan Sosial dalam Laporan Tahunan perusahaan terhadap reaksi Investor (Studi Kasus pada perusahaan-perusahaan High profile di BEJ). SNA VI. Surabaya.

